

Press Release

報道用資料

2005年10月25日

自動車セールス満足度で、ホンダが首位

2005年日本自動車セールス満足度(SSI)調査

CS(顧客満足度)に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィック(本社:東京都港区、代表取締役社長:蓮見南海男、略称:J.D. パワー)は、2005年日本自動車セールス満足度(Sales Satisfaction Index、略称 SSI)調査の結果を発表した。

当調査は、新車購入時における販売店対応に関する乗用車ユーザーの満足度を総合的に分析するもので、自動車メーカーおよび販売業界の現状と、それに対するユーザーの満足度を把握するための指標となる。4回目の今年は、新車購入後1~6ヶ月が経過した国産および輸入車メーカーの乗用車保有ユーザーを対象に2005年7月から8月にかけて郵送調査を実施し、5,983人から回答を得た。

販売店の総合的なセールス満足度に影響を与えるのは4つのファクターで、それらは「セールス担当者」(50%)、「販売体制・施設」(34%)、「支払・保険手続」(13%)、「デリバリー」(3%)となっている(カッコ内は構成比)。

国産車と輸入車間のセールス満足度の差が縮小

セールス満足度のメーカー別ランキングでは、ランキング対象となった9つの乗用車メーカーの中で、ホンダが総合満足度スコア107ポイントを獲得し、第1位となった。ホンダは4つのファクターのうち「セールス担当者」と「支払・保険手続」において、ランキング対象メーカー中で最も高い評価を得ている。総合的なセールス満足度への影響度の最も高い「セールス担当者」に対する安定した高い評価が首位獲得につながったといえる。

第2位は105ポイントでフォルクスワーゲンが入った。昨年は6位だったが、今年はスコアが5ポイント増加し、順位を大きく上げた。満足度改善の最大の要因は、「セールス担当者」の評価が、ランキングトップだった2003年の水準までに回復したことにある。

第3位は103ポイントでBMW、メルセデス・ベンツ、トヨタの3社が並んだ。

今年の業界平均スコアは103ポイントとなり、昨年から1ポイント上昇した。また、輸入車メーカーの平均スコアが国産車メーカーのそれを1ポイント上回った。しかし、毎年スコアの推移を見ると、両者の格差は縮小している。なかでも「販売体制・施設」は輸入車の強みだったが、国産車の改善により両者の差が縮小しており、施設面での輸入車の優位性が失われつつあることがわかる。これは、国産車が店舗の統廃合・リニューアルなど販売網の整備・再構築を進めたことによる。さらに店頭商談率が年々高まり今年は約7割だったことから、今後は施設などのハード面での競争から、店舗スタッフの態度やマナー・接客スキルなど店頭における顧客対応力などのソフト面での競争にシフトしていくことが予測される。

セールス担当者の商品プレゼンテーションが差別化のカギ

実車を使った商品説明の実施率が業界全体で高い水準にあることが調査結果からわかった。商談時にセールス担当者から展示車や試乗車等を使った商品説明を受けたかを聞いたところ、約8割の人が受けたと答えている。実車を使った商品説明を受けた人の平均スコアは業界平均スコアより1ポイント上回るが、受けなかった人の平均

スコアは業界平均スコアを大きく下回ることから、この活動が商談時において必須であるといえる。

実車を使った商品説明に加えて、「オプション品やアクセサリーの展示」、「カタログ等資料を使った他車との各種比較情報の提供」、「自社モデルの長所および短所の説明」を実施することで、顧客の満足度はさらに高まる傾向にある。しかし、これら4つの活動すべてを実施できている割合は業界全体でいまだ低い水準にある。そのため、今後、顧客にとって付加価値のある情報提供の方法や質を見直し、対応を強化することが顧客満足度の向上につながり、さらには他社との差別化が可能となる。

<株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社は米国 J.D. パワー・アンド・アソシエイツの日本を含むアジア地域でのビジネスの拠点として 1990 年に設立された。自動車業界を始めコンピューター、通信関連、OA 機器、サービス産業、金融など様々な業界において顧客満足に関する調査やコンサルティングを実施している。ISO9001 およびプライバシーマーク取得。会社概要や提供サービスなどの詳細は当社ウェブサイト www.jdpower.co.jp まで。

<J.D. パワー・アンド・アソシエイツについて>

ザ・マグローヒル・カンパニーズの一部門である J.D. パワー・アンド・アソシエイツ（本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ）は、マーケティング・リサーチ、生産・販売予測、コンサルティング、教育・トレーニングおよび顧客満足度調査を実施している国際的な情報サービス企業である。数百万人の消費者からの回答をもとに品質や顧客満足度に関する調査を毎年行なっている。ISO9001 取得。

<ザ・マグローヒル・カンパニーズについて>

1888 年に設立されたザ・マグローヒル・カンパニーズは、スタンダード&プアーズ、マグローヒル・エデュケーション、ビジネスウィークなどを通じて金融サービス、教育、ビジネスに関する情報を提供している国際的な情報サービス企業である。世界 40 カ国に 300 カ所以上の拠点を有し、2004 年の売上高は 53 億ドルにのぼる。詳細はウェブサイト www.mcgraw-hill.com まで。

<当調査に関するお問い合わせ先>

(株) J.D. パワー アジア・パシフィック

コーポレート・コミュニケーション・グループ 川野

住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MT ビル (〒105-0001)

電 話： 03-3459-1865

F A X： 03-3459-1810

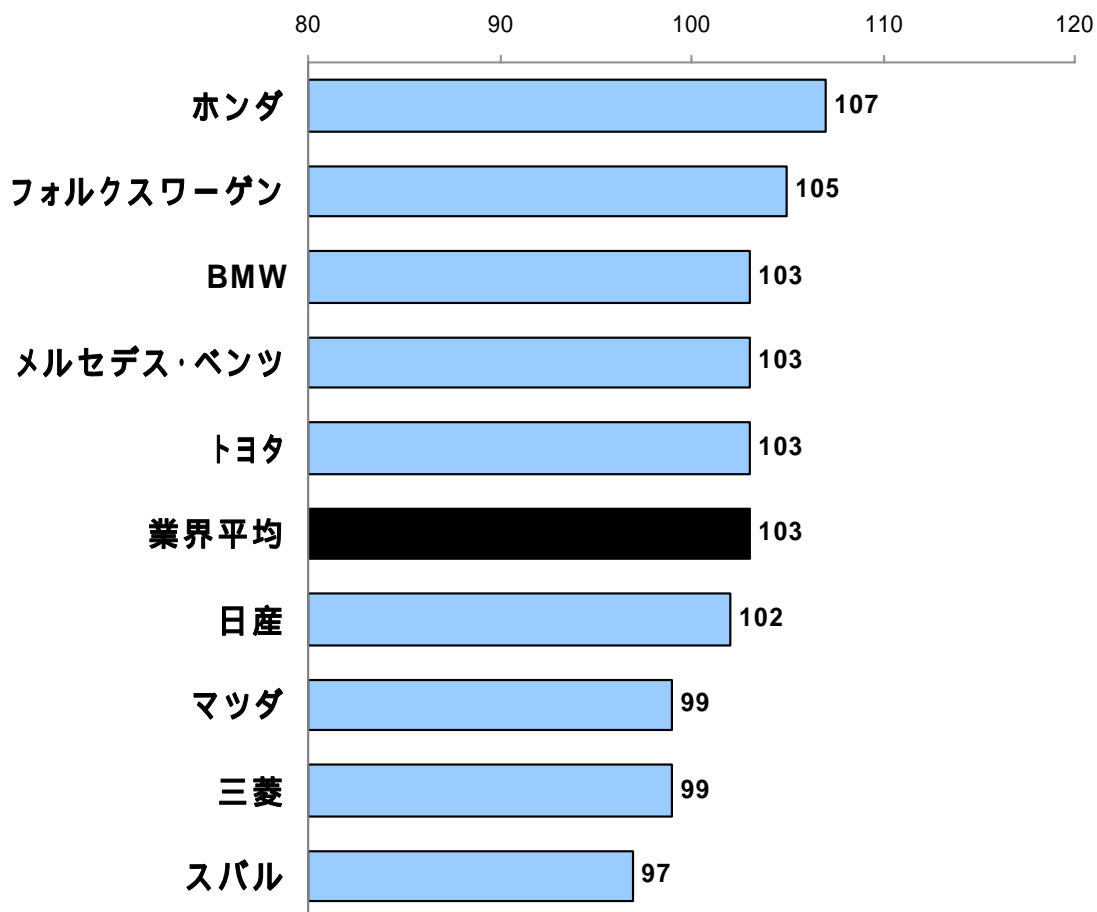
e-mail： mkawano@jdpower.co.jp

<ご注意>

本紙は報道用資料です。(株) J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本自動車セールス満足度(SSI)調査SM

メーカー別ランキング



注) アウディ、ミニ、プジョー、スズキ、ボルボは少数サンプルのためランキングには含まれていません。

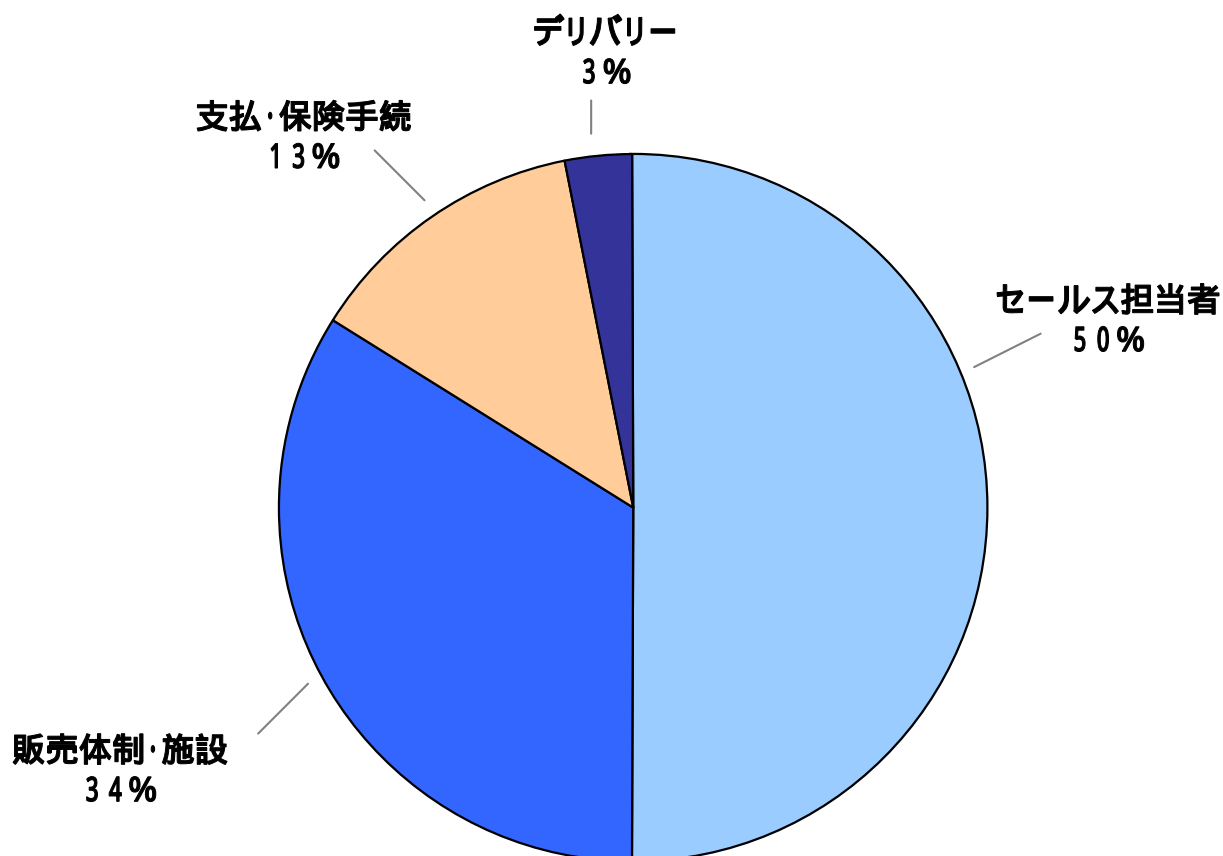
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本自動車セールス満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本自動車セールス満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本自動車セールス満足度(SSI)調査SM

総合満足度を構成するファクター



出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本自動車セールス満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2005年日本自動車セールス満足度調査SM)を明記して下さい。